

## ***FOOD PHOTO SHARING***

**(Studi deskriptif kualitatif tentang motivasi dalam melakukan *Food Photo Sharing* di Instagram)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh :**

**VIDI HARI MUKTI  
L 100 120 034**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2019**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### *Food Photo Sharing*

(Studi deskriptif kualitatif tentang motivasi dalam melakukan *Food Photo Sharing* di Instagram)

## PUBLIKASI ILMIAH

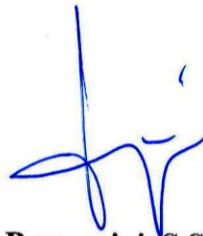
oleh:

**Vidi Hari Mukti**

**L 100 120 034**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen  
Pembimbing



**Dr. Dian Purworini, S.Sos, M.M.**

**NIK. 1102**

## HALAMAN PENGESAHAN

### *Food Photo Sharing*

(Studi deskriptif kualitatif tentang motivasi dalam melakukan *Food Photo Sharing* di Instagram )

OLEH

VIDI HARI MUKTI

L100120034

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Jum'at, 10 Mei 2019  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

#### Dewan Penguji:

1. Dr. Dian Purworini, S.Sos, M.M.  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Agus Triyono, S.Si. M.A.  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Sidiq Setyawan, M.I.Kom.  
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)



Dekan,

Nurgiyatna, M.Sc., Ph.D.

NIK. 881

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dari pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 27 Agustus 2019

Penulis



**VIDI HARI MUKTI**  
**L100120034**

***FOOD PHOTO SHARING***  
**(Studi deskriptif kualitatif tentang motivasi dalam melakukan *Food Photo Sharing* di Instagram)**

**Abstrak**

Seiringnya perkembangan teknologi saat ini, maka dalam melakukan berbagai kegiatan di media sosial salah satunya adalah berbagi foto, sudah menjadi aktivitas umum bagi para pengguna media sosial. Berbagi foto yang dilakukan saat ini sudah sangat meluas yaitu mengenai foto apa saja, salah satunya adalah berbagi foto makanan. Media instagram adalah satu media sosial yang dijadikan sarana untuk berbagi foto secara luas. Hal ini tentunya akan di manfaatkan para food photo sharing untuk berbagi informasi tentang apa saja melalui foto makanan. Saat melakukan food photo sharing di instagram tentu ada motivasi tersendiri bagi mereka yang melakukannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Motivasi ini digunakan untuk mengetahui tentang bagaimana motivasi melakukan food photo sharing di instagram. Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara pada pemilik akun instagram yang sudah sesuai kriteria penelitian ini. Data yang dikumpulkan melalui teknik observasi dan menggunakan teknik wawancara semi struktur. Kemudian analisis data yang digunakan adalah triangulasi data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi dalam melakukan food photo sharing di instagram ialah adanya motivasi intrinsik yang meliputi (enjoyment) kenikmatan, (commitment to community) komitmen terhadap komunitas. Selanjutnya adanya motivasi ekstrinsik ini meliputi (self-development) pengembangan diri, (reputation gaining) reputasi, penggunaan instagram sebagai media sosial untuk meng-upload foto makanan dikarenakan adanya faktor dari luar untuk memberikan informasi kepada pengguna instagram lainnya.

**Kata kunci :** motivasi, media sosial, food, online photo sharing.

**Abstrak**

As technology advances today, then in doing various activities on social media one of them is sharing photos, has become a common activity for social media users. Photo sharing that is done now is very widespread, namely about any photo, one of which is sharing photos of food. Instagram is a social media that is used as a means to share photos widely. This of course will be utilized by food photo sharing to share information about anything through food photos. When doing food photo sharing on Instagram, there is certainly a motivation for those who do it. This research method uses a qualitative descriptive method. This motivation is used to find out about how motivated to do food photo sharing on Instagram. Data collection from this study uses observations and interviews on the owners of Instagram accounts that have met the criteria of this study. Data collected through observation techniques and using semi-structured interview techniques. Then the data analysis used is data triangulation. The results of this study indicate that the motivation in doing food photo sharing on Instagram is the presence of intrinsic motivation which includes enjoyment, commitment to community. Furthermore,

the existence of extrinsic motivation includes self-development, Reputation gaining, the use of Instagram as a social media for uploading food photos due to external factors to provide information to other Instagram users.

**Keywords :** motivation, social media, food, online photo sharing.

## 1. PENDAHULUAN

Kegiatan manusia saat ini dapat dipermudah dengan adanya teknologi yang canggih saat ini. Teknologi yang saat ini menunjang kegiatan komunikasi manusia salah satunya adalah internet. Melalui internet yang telah dikembangkan dengan web 2.0 muncullah media sosial. Dimana media sosial itu merupakan satu komunitas *online* yang bisa dimanfaatkan untuk komunikasi dengan banyak orang dalam satu waktu dan tempat yang berbeda-beda. Media sosial yang ada sekarang ini diantaranya ada *facebook*, *twitter*, *flickr*, *instagram*, *youtube*, *blog* dll (Subramani, 2015). Semakin berkembangnya media sosial juga karena adanya dukungan dari *smartphone*. Adanya *smartphone* membuat penggunaannya sebagai tempat untuk media sosial yang bisa menyediakan berbagai fitur canggih agar penggunaanya bisa berbagi secara luas dalam berbagai bentuk seperti artikel, pesan, foto atau gambar, dan bahkan video hanya dengan satu aplikasi media sosial atau jejaring sosial. Sekarang ini ketika media sosial dalam resolusinya sudah jelas sekali dapat dipakai secara intensif untuk komunikasi, orang-orang bisa membuat atau menciptakan berbagai konten dan kemudian membagikanya pada banyak orang untuk saling tukar pengetahuan dan informasi (Baruah, 2012). Adanya fenomena yang terjadi yang telah juga dikaji banyak sekali berbagai kegiatan yang dilakukan di media sosial meningkat tajam akhir-akhir ini. Masyarakat umumnya telah banyak memberi dukungan dalam berbagi satu konten di komunitas sosial agar bisa saling tukar informasi didalamnya (Nov. *et.al*, 2009).

Kegiatan yang bisa dilakukan di media sosial saat ini dan juga menjadi pilihan seseorang adalah dengan melakukan berbagi foto (*photo sharing*), sekarang ini berbagai foto menjadi kegiatan yang biasa dilakukan semua orang karena adanya kemajuan teknologi seperti *smartphone* yang canggih yang didukung aplikasi yang memiliki kemampuan untuk mengambil foto dan langsung bisa langsung menyebarluaskan foto-foto tersebut (Litt & Hargiattai, 2014). Dengan adanya kemajuan *smartphone* yang canggih untuk mengambil foto atau gambar, layanan *online* dan aplikasi telah dapat memberi kesempatan untuk berbagi foto. Adanya situs web dan komunitas *online* di media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *flickr*, dan *instagram* dapat memberikan pengguna internet ikut serta untuk melakukan berbagi foto atau gambar mereka

pada siapapun termasuk khalayak yang luas. Saat ini banyak sekali pengguna media sosial melakukan berbagi foto baik itu dilakukan secara langsung dan intim seperti menampilkan foto kehidupan sehari-hari di berbagai tempat, dengan adanya respon dari orang lain mengenai foto yang dibagi tersebut membuat orang semakin ada keinginan untuk melakukan *upload* foto mereka secara *online*. Media sosial mampu memperluas batasan sosial mereka, teman-teman mereka dengan seluruh jaringan sosial *online*, berhubungan dengan kepentingan masyarakat yang acak di situs web Miller & Edwards (Litt & Hargittai, 2014). Hingga akhir abad 20 ini, berbagi foto saat ini sudah jadi kebiasaan yang umum dan merupakan kegiatan sosial yang biasa terjadi dengan intimnya hubungan seperti keluarga dan teman Chalfen (Litt & Hargittai, 2014). Melalui foto yang dibaginya tentu ada satu fitur dalam aplikasi atau situs untuk berbagi foto yang berhubungan dengan representasi seperti fungsi komentar yang membuat orang atau bahkan khalayak luas untuk mengomentari foto tersebut (Murray, 2008).

## 2. METODE

Penelitian ini metode yang dipakai metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif dipakai untuk prosedur penelitian yaitu cara untuk menjelaskan sebuah realitas dengan memanfaatkan keterangan deskriptif mengenai kalimat dan tertulis secara lisan, dengan adanya penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana motivasi dalam melakukan *food photo sharing* dengan *#kulinersolo* di *Instagram*. Maka dari itu metode deskriptif ini dimanfaatkan untuk melakukan analisa data yang didapat, data itu terdiri dari *interview* secara mendalam dan melakukan observasi secara langsung (Pujileksono, 2015:35).

Langkah berikutnya adalah menentukan sample. Peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu merupakan cara pengambilam sample dengan menentukan informan seperti kriteria peneliti (Pujileksono, 2015:116). Pada penelitian ini kriteria sampelnya adalah akun yang meng-*upload* foto makanan yang menjadi trending topik pada urutan atas dalam pencarian melalui *hashtag* tersebut dan akun aktif yang meng-*upload* foto makanan di *instagram* pribadinya dengan jumlah minimal 10 foto makanan dalam kurun waktu satu bulan.

Apabila telah memperoleh informan yang telah sesuai dengan kriteria peneliti, penelitian ini dapat mencari data melalui 1. *Interview* (wawancara) dengan melakukan wawancara mendalam terhadap subjek yaitu orang-orang yang melakukan *food photo sharing* di *Instagram* sehingga bisa mendapatkan data dan informasi secara spesifik., 2. Observasi (pengamatan),

pengamatan secara langsung melalui postingan atau foto-foto yang sudah di *upload di instagram*. Melalui cara itu akan bisa membantu peneliti untuk melakukan proses analisis data. Guna mengolah dan menganalisis data yang didapat dilapangan oleh peneliti, maka peneliti bisa memanfaatkan analisis *Interactive model* oleh Miles dan Huberman (Pujileksono, 2015:152). Tahapan dari proses analisis ini bagi menjadi 3 yaitu; 1. Reduksi data, tahapan ini adalah proses merangkum dan memilih hal yang pokok dari data informasi yang didapatkan. Sehingga data yang diperoleh dapat diringkas dalam bentuk yang sesuai dengan keinginan atau tujuan peneliti., 2. Penyajian data, tahapan proses ini adalah cara penyajian data dalam bentuk uraian yang disusun secara sistematis dan logis berdasarkan apa yang dipahami., 3. Penarikan kesimpulan, tahapan ini merupakan hasil dari penelitian , hal ini akan diverifikasi selama penelitian berlangsung agar mendapatkan bukti kebenaran dari data informasi tersebut.

Keabsahan dan validitas data perlu dilakukan agar data tepat untuk dianalisa. Dari penelitian ini telah didapatkan data kemudian akan diuji menggunakan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi data ini merupakan cara memeriksa keabsahan dan validitas data yang sudah didapat menggunakan sesuatu hal diluar data untuk pengecekan dan pembanding dari data sehingga dapat dipahami dengan baik tingkat kebenarannya. Pada dasarnya triangulasi data meliputi empat hal yaitu triangulasi metode, triangulasi antar-peneliti, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori (Pujileksono, 2015:144). Namun pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran data informasi dengan membandingkan kembali kebenaran informasi yang diperoleh dengan alat dan waktu yang berbeda. Hal ini dikarenakan data yang sudah diambil menggunakan teknik wawancara yang mana sumber berperan aktif dalam memberikan data informasi yang berhubungan dengan tujuan dari penelitian ini. Sehingga peneliti akan mendapatkan data yang pasti terbukti kebenarannya (Pujileksono, 2015:146).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Munculnya media sosial membuat era sekarang ini lebih mudah dalam berbagi tentang apa saja. Seperti halnya berbagi foto secara luas melalui media sosial, terutama media sosial *instagram* yang diperuntungkan bagi siapa saja yang suka meng-*upload* foto dan bahkan video dengan mudahnya melalui fitur-fitur yang sudah tersedia didalamnya. Saat ini *instagram* tidak hanya untuk meng-*upload* foto diri atau *selfie* saja tetapi juga tentang foto makanan. Kemudian dasar



dari sebuah kegiatan merupakan adanya sebuah dorongan dari diri sendiri maupun lingkungan yang membawanya untuk bertindak dan kemudian melakukan kegiatan tersebut. Motivasi diartikan dorongan untuk memenuhi sebuah kebutuhan dan kepuasan dalam diri (Deci & Ryan, 1985:03). Tidak halnya dengan seseorang yang melakukan *food photo sharing* di *instagram*, tentunya mereka yang melakukannya memiliki motivasi untuk berbagi sesuatunya di *instagram*. Dari apa yang ada diulasan tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana motivasi dalam melakukan *food photo sharing* di *instagram*. Maka peneliti akan mendiskripsikan dan mengelompokkan hasil dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan peneliti menjadi dua kategori yaitu sebagai berikut:

### **3.1 Motivasi *Intrinsik***

Secara singkat motivasi *instriksik* adalah motivasi yang utamanya adalah kebutuhan bawaan dari dirinya sendiri yang ditunjukkan adanya keinginan seseorang untuk mendapatkan tantangan dan kepuasan diri (Deci & Ryan, 2000). Jadi setelah melakukan observasi dan wawancara dari narasumber yang dilakukan oleh peneliti motivasi *intrinsik* ini ternyata juga menjadi bagian yang mendorong mereka untuk melakukan *food photo sharing* di *instagram* itu meliputi kenikmatan. Berikut adalah hasil wawancara dengan narasumber yaitu:

Informan Anindika :

*".. Ada (kenikmatan, tanya penulis), ya karena suka upload foto makanan dari pada selfie gitu, kayak kepuasan batin tersendiri gitu lho mas .." -(Anindika, 22 November 2016).*

Informan Puput :

*“kenikmatannya gimana yaa, mungkin kalau aku sendiri si puas ya, misalnya aku makan ini aku upload, sebenarnya aku sukanya seneng moto awalnya, ada beberapa orang yang seneng fotoku seneng sama editanku komen gitu, jadi aku merasa seneng aja” -(Puput, 25 Desember 2016)*

Kedua pendapat diatas menyatakan bahwa yang mendorong mereka melakukan *food foto sharing* karena rasa puas dan senang yang dirasakan ketika ada yang juga menyukai fotonya ketika di *upload* jadi adanya harapan juga ketika nantinya *upload* foto akan banyak yang menyukainya atau tidak. Jadi ketika meng-*upload* foto biasanya seseorang mengharapkan akan

ada yang menyukai dan ketika ada yang menyukai akan semakin membuatnya senang dan itu baginya adalah sebuah kenikmatan karena harapan dan keinginannya terwujud. Jika melihat kebiasaan yang dilakukan untuk meng-*upload* foto makanan itu berarti ada faktor-faktor tertentu yang mendorongnya. Ketika ditanyakan pada narasumber faktor-faktor itu menurut informan adalah:

Informan Stephanie :

*“Faktor kepuasan dengan makanannya, keinginan memberitahu teman makanan yang saya makan dan bisa punya koleksi makanan-makanan yang saya makan aja” (Stephanie, 12 November 2016)*

Informan Abigaill :

*“Faktor yang membuat saya selalu upload foto makanan yang saya makan faktor rasa puas, ingin punya kenangan yang sekaligus juga dibagi dengan yang lain, karena jarang ya liat simpan foto makanan di HP gitu kalau diupload di instagram kan bisa tersimpan terus nanti suatu saat bisa tahu saya sudah ke mana aja makan apa saja gitu” (Abigaill, 9 November 2016)*

Keduanya mengatakan yang hampir sama mengenai faktor yang mendorongnya meng-*upload* foto makanan itu karena kepuasan dan ingin tetap mengkoleksi foto-foto makanan yang pernah di makannya. Jadi dapat dikatakan bahwa faktor yang mendorong orang untuk meng-*upload* foto setelah makan itu karena rasa puas yang utama sehingga membuatnya menjadi aktif untuk meng-*upload* foto makanan, dan itu dikatakan sebagai khalayak aktif di media sosial.

Aktifitas meng-*upload* foto makanan yang dipilih disini adalah media sosialnya *instagram*. *Instagram* adalah salah media sosial berbagi foto atau gambar, *instagram* saat ini menjadi sangat populer dikalangan luas dan *instagram* memberikan fitur dengan cara meng-*capture* dan dapat langsung *upload*. Berbagi foto atau gambar merupakan salah bentuk komunikasi dengan cara berbagi informasi tentang foto atau gambar tersebut. Saat ini *instagram* tidak hanya untuk berbagi foto diri atau *selfie* dan kegiatan saja, namun saat ini juga digunakan untuk berbagi foto makanan. Bagaimana berbagi foto makanan atau disebut juga *food photo sharing* ini dilakukan untuk suatu tujuan memberikan informasi secara deskripsi melalui foto makanan tersebut. Dalam penelitian ini berbagi sesuatu informasi berupa foto makanan di *instagram* ternyata juga terdapat

adanya faktor-faktor dorongan dari luar yang membuat para *food photo sharing* di *instagram* semakin ingin memberikan informasinya. Pemilihan *instagram* sebagai tempat untuk mengupload foto makanan menurut informan adalah:

Informan Guntur :

" .. Karena teman saya banyak yang menggunakan *instagram* jadi bisa banyak memberikan informasi .. " - (Guntur, 01 Desember 2016).

Informan Puput :

"Saya memilih upload foto-foto makanan yang pernah saya makan di *instagram* karena apanya lebih mudah menguploadnya dan editnya langsung jadi hasilnya pasti bagus"(Puput, 25 Desember 2016)

Informan Anindika :

"Upload foto di *instagram* kenapa ya suka aja fiturnya lengkap dan gampang juga cepat uploadnya tapi hasilnya dengan efek-efek yang dihasilkan menjadi bagus" (Anindika, 22 November 2016)

Ketiga informan berpendapat yang tidak terlalu berbeda alasannya memilih *instagram* untuk meng-upload foto makanan karena lebih mudah meng-upload nya dan juga dengan kelebihan *instagram* yang fiturnya lengkap membuat hasilnya jadi lebih bagus. Kemudian berikutnya mengenai dorongan atau motivasi untuk terus berkontribusi berbagi foto dan informasi tentang makanan di *instagram*. Hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber diketahui sebagai berikut :

Informan Anindika :

".. Iya mas, biar pada tau temen-temen makanan yang enak.." -(Anindika, 22 November 2016).

Informan Abigail :

*“Iya saya selalu ingin share foto jika menemukan makanan khas atau unik yang belum pernah saya makan” –( Abigail, 9 November 2016)*

Informan Stephanie :

*“Iyaa, selama aku masih suka kuliner tak upload terus” –(Stephanie, 12 November 2016)*

Dari ketiga pendapat di atas bisa dikatakan bahwa mereka semua ada keinginan yang mendorongnya untuk terus *upload* foto. Keinginan terus meng-*upload* foto itu karena adanya keinginan memberi informasi pada teman-temannya akan adanya makanan yang enak, khas dan juga unik. Dimana dari hasil tersebut ternyata juga menunjukkan kesamaan dari penelitian terdahulu, motivasi *intrinsik* menurut Nov et.al, (2009) salah satunya merujuk kepada (*Commitment to the community*) komitmen terhadap komunitas. Adanya *intrinsik* Komitmen terhadap komunitas hal ini merupakan sebuah keinginan untuk terus berkontribusi dalam berbagi foto di media sosial. Ini juga menunjukan kesamaan dimana adanya dorongan bagi mereka yang melakukan *food photo sharing* untuk terus berkontribusi secara sukarela berbagi foto dan informasi tentang makanan di *instagram*. Adanya keinginan terus meng-*upload* foto makanan di *instagram* setelah dikatakan lebih lanjut mengenai apa yang dirasakan setelah itu, maka narasumber mengatakan hal berikut:

Informan Puput :

*“Saya merasa senang, bangga dan juga puas tentunya” – (Puput. 25 Desember 2016)*

**Informan B**

*“Tentu saja yang saya rasakan setelah mengupload foto ya senang dan ingin tahu berapa ya yang akan like dan comment foto nanti begitu” – (B, 27 November 2016)*

Kedua narasumber yang diwawancara mengatakan adanya rasa senang setelah mereka meng-*upload* foto makanan di *instagram*. Rasa senang mampu mendorong seseorang untuk lebih sering melakukan *food photo sharing* di *instagram* karena ada satu kebutuhan yang terpenuhi selama bisa meng-*upload* *food* foto. Adanya dorongan untuk bisa mendapatkan kesenangan itulah setiap

kali makan yang dilakukan adalah akan meng-*upload* nya lalu apa ya tujuannya mereka terus menerus meng-*upload food* foto ini. Berikut ini yang dikatakan narasumber:

Informan Bela :

*“Tujuan mengupload foto makanan ya berbagi foto sama teman, memberi informasi teman dan juga untuk menyimpan foto juga, selain itu bisa mengembangkan kemampuan foto saya”* –(Bela, 27 November 2016)

Informan Abigail :

*“Upload foto tujuannya koleksi foto di instagram dan mencari kesenangan sekaligus juga biar pinter fotonya sapa tahu suatu saat bisa menghasilkan”* - (Abigail, 12 November 2016)

Narasumber di atas mengatakan bahwa tujuan keduanya meng-*upload food* foto di *instagram* ini karena keinginan mereka menyimpan foto-foto pengalaman mereka menikmati makanan yang pernah mereka makan selain itu tujuan lainnya lebih mengembangkan kemampuan foto. Jadi tujuan meng-*upload* foto di *instagram* itu menjadi penting dilakukan agar foto-foto tersebut kelak akan dapat dilihat kembali dan juga mampu mendorong mereka untuk lebih pandai melakukan fotografi.

### **3.2 Motivasi Ekstrinsik**

Kemudian motivasi *ektrinsik* berbeda dengan *intrinsik*, motivasi *ekstrinsik* tidak didapat dari tantangan atau kepuasan saat melakukan kegiatan *intrinsik*, namun didapat dari keberhasilan saat menyelesaikan kegiatan tersebut (*intrinsik*) (Deci & Ryan, 2000). Dalam penelitian ini juga ditemukanya *ektrinsik* yang mendorong mereka yang melakukan *food photo sharing* di *instagram*. Dari hasil wawancara oleh narasumber berikut menyatakan:

Informan Abigail :

*“.. harapanya di endorse makanan, yang belum nyoba makanan biar pada nyoba, jadi review makanan gitu.”* -(Abigail, 22 November 2016).

Informan Stephanie :

*“yaa, harapannya orang tahu apa adanya tentang makanan tersebut, harapan pribadi yaa banyak yang ngelove aku semakin suka.”(Stephanie, 9 November 2016)*

Dari kedua hasil wawancara tersebut diketahui bahwa harapannya melakukan *food foto sharing* adalah memberi informasi makanan itu yang nantinya bisa memberi keuntungan untuknya. Hal tersebut sama dengan hasil yang didapat bagaimana mereka yang melakukan *food photo sharing* juga mengharapkan hal demikian untuk mendapatkan sesuatu yang sudah dicapainya yaitu berbagi foto dan informasi tentang makanan di *instagram*.

Ternyata dari penelitian ini juga menemukan adanya harapan lebih ketika mereka yang melakukan *food photo haring* di *instagram*, adanya keinginan lebih seperti reputasi bagaimana orang-orang atau pengguna *instagram* lainnya melihat pengunggah foto makanan tersebut ingin dilihat sesuai dengan keinginannya. Hal ini menjadi salah satu faktor yang mendorong atau semakin termotivasinya untuk terus melakukan *food photo sharing* di *instagram*, dari hasil wawancara dari narasumber menyatakan :

Informan Puput :

*"Pengen dilihat pipit itu food traveller. Maksudnya aku kan nulis di profilku aku tu traveller aku suka jalan jalan, aku suka makan ya aku buktiin lewat foto." - (Puput, 25 November 2016).*

Informan Stephanie :

*“Pengin dibilang doyan kuliner, ada banyak temen yang tanya tentang makanan ke saya, jadi banyak informan tentang makan gitu lho,” -(Stephanie, 9 November 2016)*

Hasil tersebut menunjukan kesamaan pada penelitian terdahulu oleh Nov et.al, (2009) yang menyatakan motivasi *ekstrinsik* dalam berbagi foto di media sosial juga terdapat yang disebut dengan (*Reputation gaining*) reputasi. Reputasi ini adalah motivasi *ekstrinsik* yang mana merupakan sebuah keinginan untuk mendapatkan reputasi dan peningkatan status sosial dengan berbagi foto di media sosial, hal ini dapat dicapainya dengan memepertahankan dan meningkatkan kontribusinya. Hal tersebut juga sama dengan apa yang diharapkan oleh mereka

yang melakukan *food photo sharing* di *instagram*. Dan terbukti juga dengan hasil wawancara dengan narasumber untuk mencapai sebuah reputasi yang diinginkan, menyatakan bahwa:

Informan Puput :

*"kalau semakin (tanya penulis) si enggak tapi kalau mempertahankan si iyaa, jadi kaya itu kan hobby ya, ya aku akan mempertahankan hobbyku, pengen dilihat orang pipit itu orang suka traveling dan makan" -(P, 25 November 2016).*

Informan Guntur :

*"Ya kalau sudah menjadi seperti itu udah jadi food traveller dan mendapatkan sepeser uang kenapa enggak" -(Guntur, 1 Desember 2016)*

Kedua narasumber mengatakan bahwa untuk mencapai sebuah reputasi yang mereka ingin dengan melakukan food photo sharing ini dengan meningkatkan perannya sebagai *food traveller*. Hasil ini membuktikan bahwa adanya kesamaan dengan penelitian terdahulu oleh Nov *et.al*, (2009) bagaimana faktor-faktor ini membuat semakin mendorongnya atau termotivasinya bagi mereka yang melakukan *food photo sharing* di *instagram* agar tujuan yang mereka inginkan tercapai.

### **3.3 Pembahasan**

*Food photo sharing* sekarang ini banyak menjadi pilihan pengguna media sosial terutama media sosial *instagram*. Pemilihan *instagram* sebagai media untuk meng-*upload* foto makanan ini karena adanya kelebihan dari *instagram* daripada media sosial lain. Hal itu mengiyakan ungkapan Jubille (2013) bahwa *instagram* populer karena memiliki banyak efek *instant* yang menarik. Sebagian besar efek yang ada dalam aplikasi ini mampu mengubah foto apapun menjadi tampak lebih artistik. Selain itu *instagram* juga mendukung perekaman video yang bisa diberi efek-efek artistik dan itu membuat tampilan foto maupun video di *instagram* terkesan maksimal.

*Instagram* dengan tampilan yang maksimal maka akan membuat foto dan video yang di *share* akan banyak mendapatkan *like* dari teman-teman *follower* nya. Hal ini juga sama dari penelitian terdahulu yaitu meneurut Leslie & Thornton, (2014) menyatakan saat ini pengguna *internet* telah banyak menggunakan waktunya untuk mengakses dan berbagi gambar melalui *instagram*, dengan setiap harinya telah di unggah diantaranya 55 juta gambar atau foto. Dengan

demikian ada peningkatan yang signifikan bahwa pengguna *internet* yang menggunakan dan mengakses *instagram* semakin meningkat yang bertujuan untuk berbagi informasi. Berbagai jenis foto ataupun gambar telah banyak diunggah melalui *instagram* salah satunya yaitu foto makanan, bagaimana pengguna *instagram* saat ini tahu pemanfaatan *instagram* sebagai media sosial berbagi foto atau gambar yang menjanjikan untuk berbagi informasi kepada teman, keluarga dan bahkan orang-orang dengan skala luas. Seperti yang dikatakan Deci & Ryan, (2000) bagaimana motivasi *ekstrinsik* adalah mencari kepuasan setelah melakukan sesuatu berdasarkan dorongan dari luar dengan cara apapun agar mendapatkannya.

Setiap orang berlomba-lomba untuk meng-*upload* aktifitas makannya diberbagai tempat makan yang menarik. Motivasi seseorang untuk meng-*upload* foto ke media sosial *instagram* tentu berbeda-beda. Namun biasanya terdapat faktor *personal* dan *situasional* yang melatar belakangnya, dimana kedua faktor *personal* dan *situasional* itu akan saling bersinergi. Seperti faktor kepuasan diri menggunakan media sosial *instagram* dengan dengan fasilitas-fasilitas yang ada dan ingin mencari perhatian agar diakui keberadaan dan *eksistensi* nya di media sosial *instagram*. Kemudian faktor *situasional* dari faktor lingkungan yang sekarang semua menggunakan media sosial dan mengikuti kegiatan-kegiatan yang sedang diminati di media sosial *instagram* yang semuanya menggunakan media sosial sehingga menjadi suatu keharusan untuk menggunakan media sosial dan mengikuti kegiatan-kegiatan yang diminati. Salah satu kegiatan itu adalah dengan memfoto makanan dan meng-*upload* nya di media sosial *instagram* atau dikatakan sebagai *food photo sharing*.

Pada teori integritas media sosial (Garcia, 2014) terdapat empat komponen penting didalamnya seperti *exposure*, *feedback*, *connecting* dan *sharing*. Komponen *exposure* dengan meng-*upload* foto makanan dapat mengekspos suatu bentuk makanan tertentu kepada para pengguna media sosial *instagram* lainnya. Hal tersebut berkaitan dengan kegiatan *sharing* atau berbagi, dengan mengekspos foto makanan seseorang dapat berbagi informasi makanan tersebut. Kemudian *feedback* atau umpan balik dapat dengan mudah diperoleh dengan bebasnya sesama para pengguna media sosial *instagram* untuk berkomentar atau memberi tanggapan dengan *like* atau *love* selain itu juga dalam bentuk kalimat yang dikatakan sebagai *comment*. di media sosial *instagram*. Lalu berikutnya *connecting* adalah perilaku mengp-*upload* makanan ini dapat menghubungkan orang dengan minat yang sama dimana nantinya akan dapat menghasilkan hubungan baru sesuai dengan kegemarannya pada makanan. Sekarang ini yang membuat banyak



sekali pengguna media sosial *instagram* berlomba-lomba meng-*upload* makanan yang dimakannya dengan berbagai motif yang melatar belakangnya salah satunya rasa puas. Mark Levy dan Sven Windahl (1985) dalam Richard dan Turner mengatakan bahwa kegiatan *audience* mengacu pada orientasi sukarela dan selektif dari pengguna pada proses komunikasi. Singkatnya, hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di motivasi dengan kebutuhan dan tujuan yang diartikan khalayak itu sendiri dan partisipasi aktif pada proses komunikasi akan difasilitasi, dibatasi atau mempengaruhi kepuasan dan pengaruh yang dihubungkan oleh pengekspos. Pemahaman yang baru menjelaskan pula mengenai kegiatan khalayak yang paling tepat dikonseptualisasikan untuk satu variabel konstruk dengan khalayak memperlihatkan berbagai jenis dan tingkat kegiatan.

Sesuai dengan teori (Nov et.al, 2009) yang mempengaruhi perilaku seseorang dimana dijelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh suasana perilaku dan teknologi serta keadaan sosial. Adanya kebiasaan meng-*upload* foto di media sosial *instagram* ini merupakan suatu keinginan dalam dirinya untuk meng-*upload* foto makanan yang pernah dinikmatinya ini menimbulkan kenikmatan tersendiri sehingga membuatnya puas jika bisa terus menerus meng-*upload* foto makanan tersebut.

Semua yang dilakukannya itu atas keinginannya sendiri tanpa adanya keinginan untuk mendapatkan sesuatu seperti yang diharapkannya. Hal itu berarti bahwa motivasi seseorang untuk meng-*upload* foto makanan di media sosial *instagram* ini didorong oleh kenikmatan yang didapatkannya karena telah puas dengan apa yang dilakukannya untuk bisa membahagiakan orang lain dan diri sendiri. Dan ternyata itu menunjukan kesamaan dari penelitian terdahulu, motivasi *intrinsik* menurut Nov et.al, (2009) meliputi (*Enjoyment*) kenikmatan. Kenikmatan ini secara garis besar yaitu mereka secara sukarela berbagi foto *online* di media sosial. Hal ini sama dengan mereka yang meng-*upload* foto makanan di *instagram* bagaimana menunjukan bahwa ada kenikmatan tersendiri yang mendorongnya atau termotivasinya mereka melakukan *food photo sharing* di *instagram*.

Motivasi yang kedua yang menjadi motivasi *intrinsik* terkait dengan komitmen pada kelompok. Disini seseorang yang biasa meng-*upload* makanan di media sosial *instagram* karena adanya keinginannya untuk berbagi informasi makanan pada anggota komunitas *online*. Alasan utama dengan dilakukannya *food photo sharing* adalah dengan besarnya keinginan bisa terus

menerus memberikan komunitas pecinta makanan di komunitas *online* untuk bisa mendapatkan informasi darinya mengenai makanan yang ada. *Food photo sharing* secara tidak langsung akan melibatkan komitmen dan keinginannya pada komunitas yang ada (Nov *et.al*, 2009).

Media sosial *instagram* telah memberikan kemudahan pada penggunanya untuk meng-*upload* baik itu foto maupun video untuk berbagai informasi dengan banyak orang. Oleh karena itu motivasi seseorang untuk meng-*upload* foto di media sosial *instagram* secara terus menerus akan mendorongnya lebih sering memperbaiki diri dimana hal itu akan membuat hasil foto makanan yang dihasilkan lama kelamaan akan semakin bagus dan akan semakin banyak pula orang yang *comment* dan memberi *like*. Kemampuan yang semakin bertambah itu merupakan motif yang didapatkan ketika seseorang sering melakukan *food photo sharing* di media sosial yaitu mampu mengembangkan dirinya. (Nov *et.al*, 2009) mengatakan bahwa keinginan untuk melakukan *food photo sharing* ini akan membuat seseorang menjadi profesional dalam membuat foto sehingga bisa berharap imbalan atas hasil karya fotonya. Motivasi *ekstrinsik* dalam berbagi foto pada media sosial yaitu terdapat (*Self-development*) pengembangan diri. Pengembangan diri menjadi keinginan yang terdiri atas imbalan terhadap sesuatu yang pernah dicapai saat telah meng-*upload* foto atau gambar di media sosial.

Selain pengembang diri *food foto sharing* yang dilakukan seseorang di media sosial terutama *instagram* tentu juga akan mendapatkan reputasi. Disini seseorang yang biasa aktif di media sosial tentu ada keinginan untuk mencapai satu titik disini adalah peningkatan status. Motivasi seseorang untuk melakukan *food photo sharing* ini akan mendorong seseorang berkontribusi di media sosial terutama di bidang makanan. Kebiasanya melakukan *food photo sharing* akan membuat statusnya meningkat bahkan akan semakin banyak orang yang mencari sehingga didalam pencarian akan mudah ditemukan akunnya. Hal itu menunjukkan bahwa orang tersebut telah mendapatkan reputasi setelah sering melakukan *food photo sharing* di media sosial *instagram*.

Motivasi untuk melakukan *food photo sharing* di media sosial *instagram* seperti yang telah diuraikan diatas itu memenuhi faktor kenikmatan, komitmen komunitas, pengembangan diri dan reputasi, Hal ini pula yang dikatakan dalam penelitian Oded Nov, Mor Naaman, dan Chen Ye, (2009) bahwa *online photo sharing* yang dilakukan di media sosial *flickr* adalah Kenikmatan

(*Enjoyment*), komitmen terhadap komunitas (*Commitment to the community*), pengembangan diri (*Self-development*), dan mendapatkan sebuah reputasi (*Reputation gaining*).

Kegiatan *food photo sharing* sekarang ini sudah menjadi suatu kebutuhan bagi pengguna media sosial. Memfoto makanan dan meng-*upload* nya di media sosial *instagram* memang sekarang ini sudah menjadi tren. Kalau sebelumnya orang memfoto kegiatan yang ada makanan fokusnya adalah pada orang-orang yang ikut makan saat itu namun sekarang ketika akan meng-*upload* foto yang diperhatikan yang utama adalah tampilan makanannya bahkan tidak lagi ada memikirkan yang makan bersamanya karena sekarang ini orang lebih tertarik dengan makanannya.

#### 4. PENUTUP

Motivasi dalam melakukan *food photo sharing* di *instagram* ini memiliki faktor-faktor yang mendorong mereka untuk melakukannya, yaitu pertama motivasi *intrinsik* dan motivasi *ekstrinsik*. Motivasi *intrinsik* ini meliputi Kenikmatan (*Enjoyment*), Komitmen terhadap Komunitas (*Commitment to the community*). Kedua motivasi *ekstrinsik* ini meliputi Pengembangan Diri (*Self-development*), Reputasi (*Reputation Gaining*). Media *instagram* adalah satu media sosial yang dijadikan sarana untuk berbagi foto secara luas. Hal ini tentunya akan di manfaatkan para *food photo sharing* untuk berbagi informasi tentang apa saja melalui foto makanan. Saat melakukan *food photo sharing* di *instagram* tentu ada motivasi tersendiri bagi mereka yang melakukannya.

Penelitian ini keterbatasan yang ada yaitu pemahaman informan akan motivasi melakukan *food photo sharing* secara mendalam mereka cenderung melakukan *food photo sharing* begitu saja tanpa memikirkan yang dilakukan. Oleh karena itu penelitian yang akan perlu menentukan informan yang memahami mengenai *food photo sharing*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rangga. (2015). *Pengaruh Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*.
- Ballenger, Holly B. (2014). *Photography: A Communication Tool*.
- Baruah, Trisha Dowerah. (2012). *Effectiveness of Social Media as A Tool of Communication and Its Potential for Technology Enabled onnections: A Micro-level Study*. International

- Dian Purworini, 2014, *Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo*, Jurnal KomuniTi, Vol. No.1 Marey 2014.
- Fatanti, M.N & Suyadnya. I.W, 2015, *Beyond User Gaze How Instagram Creates Tourism Destination Brand* *Procedia-Social and Behavioral Science*, 211, 1089-1095. <http://doi.org/10.1015/j.sbspro.2015.11.145>.
- Fitria, Herlinda. (2015). *Hiperrealitas dalam Sosial Media (Studi Kasus: Makan Cantik di Senopati pada Masyarakat Perkotaan)*.
- Hiersch & Sudar, 2010, *Online PhotoSharing as Mediated Communication*, *Journal of Communication & Technology*, 4, 1-13.
- Herring.Susan C, 2015, *Teens, Gender, and Self –Presentation in Social Media*, *International Encyclopedia of Social and Behavioral science* 2<sup>nd</sup> edition Oxford Elsevier.
- Kania Oktavia, 2018, *Motivasi Pengguna Instagram Foodies (Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Pengguna Instagram Foodies dalam mengunggah foto di Instagram)*, Naskah Publikasi UMS Surakarta.
- Kurniawati, 2016, *Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan*, , Jurnal Komunitas (2), 127-143.
- Leslie & Thornton, 2014, *The Photo is Live at Applifam an Instagram Community Grapples With How Images Should Be Used*, *Journal of Visual Communication Quarterly*, 1(March 2015), 72-82.
- Litt, Eden dan Hargittai, Eszter. (2014). *Smile, Snap, and Share? A Nuanced Approach to Privacy and Online Photo-sharing*.
- Martinez.M.P.L, Berrpze.T.I & Lasarte.MP, 2014, *Image Focused Social Media for a Market Analysis of Tourism Consumption*, *International Journal of Technology Management*. 64 (1), 17. <http://doi.org/10.1504/UTM.2014.0592345>.
- Murray, Susan. (2008). *Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics*.
- Norman, William C. dan Gray, Lori Pennington. (2013). *A Flash of Culinary Tourism: Understanding the Influences of Online Food Photography on People Travel Planning Process on Flickr*.
- Padil, Nagib dan Azahari, Mustaffa Halabi. (2014). *The Impact of Photographic Images in Print and Online Media for Political Campaign in Malaysia*.

- Pujileksono, (2015). *Metode penelitian komunikasi kualitatif, dan Intrans Publishing*. Malang: Intrans Publishing.
- Sheldon. P & Bryant.K, 2016, *Instagram Motives for use and Relationship to Narcissism and Contextual age*, *Computerism in Human Behavior*. 58 (May), 89-97. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>.
- Subramani R, 2015, *The Academic Usage of Social Networking Sites by the University Student of Tamil Nadu R. Subramani Periyar University, India Online Journal of Communication and Media Technologies*, 5 (3), 162-175.,
- Sie Yeon Syn, 2018, *Motivations for Sharing Information and Social Support in Social Media: A Comparattive Analysis of Facebook, Twitter, Delicious, Youtube, and Flickr: to Motivations for Sharing Information*, *Journal of the Association for Informationscience and Technology America*.